

臺灣多層次傳銷的今昔與未來—談多層次傳銷的機會與挑戰

■演講人：陳榮隆 教授（輔仁大學法律學院）

壹、前言

在一法容三法的舊法時代，公平交易法不但包括外國的反壟斷法（反托拉斯法）及反不正當競爭法兩部法律外，尚包括多層次傳銷的規定，因而公平會制頒了多層次傳銷管理辦法。在專法管理時代，制定多層次傳銷管理法，為保障傳銷事業與傳銷商的權益及調處其民事爭議，特依法設立「財團法人多層次傳銷保護基金會」，扮演一會求三贏的角色，主要目的在於調處已完成報備之傳銷事業與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議，與保障傳銷商之相關權益，促進傳銷產業、傳銷事業與傳銷商三者生命共同體之健全發展。

多層次傳銷產業有助於促進創業與就業，讓傳銷商站在巨人(傳銷事業與眾多傳銷商)的肩膀上，實現業內創業，並且具有正職與兼職的選擇彈性，適合開展斜槓人生，創造主動收入與被動收入，而傳銷商得選擇自用或銷售商品或服務。再者，多層次傳銷產業的優勢在於，除了體驗店（展示店、交流店）外，原則上不需店面，可以省下店面租金、水電、人事、廣告、庫存等費用，在沒有庫存的情況下降低參入之風險，可謂實現人進來、貨出去、大家發財之產業。相反地，在光鮮亮麗的外表下，也容易出現變質的多層次傳銷，亦即俗稱的老鼠會、金字塔銷售、滾雪球、獵人頭等，根據歷史經驗，每過一段時間，便有一大型非法吸金發生，然而多層次傳銷是一個生命共同體最強烈的產業，若變質不除，

則民眾難以區別，缺乏社會大眾的信賴基礎，多層次傳銷產業浮沙建塔，即可能面臨倒閉的危機，成為經濟社會中的「黥面產業」。

貳、多層次傳銷在臺灣發展之回顧

一、市場面

（一）全球鳥瞰¹

2018年全球傳銷年度營業額達1,929億美元，從2014至2018年成長約13.4%。2018年全球傳銷商從業人數達1.184億人，從2014至2018年成長約19.5%。以營業額來計算2018年全球傳銷前10大市場，臺灣位居全球第10名。

（二）臺灣之發展趨勢²

2018年多層次傳銷事業之營業總額為830.27億元，傳銷商人數計308.38萬人。多層次傳銷事業佣(獎)金支出計388.81億元，占營業總額46.83%，領取佣(獎)金之傳銷商約83.7萬人，占傳銷商總數27.15%，平均每人全年獲得佣(獎)金46,427元。女性傳銷商計215.84萬人，占傳銷商總人數69.99%，故女性傳銷商為傳銷市場之主力。

傳銷事業銷售之傳銷商品以營養食品銷售額最大，計503.70億元(占60.67%)，其次為美容保養品130.24億元(占15.69%)，第三為清潔用品44.73億元(占

¹ 資料來源：WFDSA Annual Report 2018/2019。

² 資料來源：公平會《中華民國107年多層次傳銷事業經營發展狀況調查結果報告》。

5.39%)，3者計占營業總額81.75%，整體而言，商品同質性很高，進入紅海狀態。

透過網路媒介推廣多層次傳銷業務者206家(占總家數59.54%)，其中以透過事業網站方式行銷居首(185家，占總家數53.47%)，次為透過臉書粉絲團(49家，占總家數14.16%)。另運用「直播」進行多層次傳銷推廣之家數有46家(占總家數13.29%)。

二、法規面

(一)無法時期(～1992年2月3日)

1. 1981年台家事件—老鼠會(Pyramid)

台家公司以多層次傳銷方式銷售清潔劑用品，實際上採高額佣金誘使會員拉人頭以擴展業務。後期入會者因不易尋得人頭、產品滯銷、公司不接受退貨等因素，參加人控告公司詐欺，當時缺乏法律依據，參加人亦因公司倒閉造成鉅額損失。

2. 1990年鴻源機構非法吸金事件

1982年鴻源機構成立，是臺灣第一家以「四分利」(4%利息)高利貸與老鼠會形式吸收民間資金的投資公司，非法吸集民間資金近新臺幣1,000億元。然而，1990年鴻源機構突然倒閉，留下債權人16萬人與負債新臺幣900餘億元的殘局，一時間造成臺灣金融體系動盪不安。

(二)有法時期—公平交易法暨多層次傳銷管理辦法(1992年2月4日～2014年1月28日)

1992年公平交易法施行，採合併立法之方式將多層次傳銷納入規範，包含多層次傳銷之定義、禁止變質多層次傳銷及授權訂定多層次傳銷管理辦法，同

時訂定罰則規定。其採合併立法方式係因權宜的立法背景，於多層次傳銷的管理法制而言仍未臻成熟完備。

(三)專法時期—多層次傳銷管理法(2014年1月29日～)

2014年1月29日公布施行之多層次傳銷管理法全文共41條，多層次傳銷正式邁入專法管理的時代。其制定重點，包含：(1)多層次傳銷管理法之立法目的、主管機關及用詞定義；(2)多層次傳銷事業之報備、變更、停止實施；(3)多層次傳銷事業對傳銷商之告知義務；(4)書面參加契約之締結內容；(5)傳銷商之違約事由及處理方式；(6)無行為能力及限制行為能力人招募之禁止及限制；(7)變質多層次傳銷及不當傳銷行為之禁止；(8)傳銷商解除或終止契約之權利義務；(9)主管機關之業務檢查、依法調查及裁處程序；(10)違反多層次傳銷管理法之刑事及行政罰則；(11)指定設立保護機構，辦理完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商權益保障及爭議處理業務。

參、多層次傳銷在臺灣發展之展望

一、市場面—新經濟之挑戰與機會

(一)新經濟與新市場

新經濟的概念可以下列名詞說明之，包含：綠色經濟、銀色經濟、分享經濟、共享經濟、循環經濟、數位經濟、互聯經濟、行動經濟、平臺經濟、智能經濟、知識經濟、斜桿經濟等。此一趨勢同時帶動創新產業與企業蓬勃發展，例如：FAANG(Facebook, Apple, Amazon,

Netflix, Google)、BAT(Baidu, Alibaba, Tencent)、Trivago、Uber、Airbnb等。

在人工智慧(AI)、物聯網(IoT)、大數據(Big Data)、智慧物聯網(AIoT)等新科技的帶動下，各個產業呈現顛覆式創新，大數據可視為一種新能源，電競(奧運、亞運項目)、電玩成為新競賽，新運輸包含無人機、無人車、共享經濟、膠囊火車、Amazon key、外送(Uber eat)等，新製造如工業4.0、3D列印、客製化、無人工廠，O2O (on line to off line) (前店後網)、無人商店等帶動新零售，出現新支付，例如：第三方支付(行動支付)、Apple Pay、Line Pay、街口Pay、支付寶等，而各種虛擬貨幣、數位貨幣、加密貨幣(如比特幣、乙太幣)成為新貨幣(代幣)。

引用宋朝詩人杜耒《寒夜》的詩句：「寒夜客來茶當酒，竹爐湯沸火初紅。尋常一樣窗前月，纔有梅花便不同。」可改寫為：「尋常一般事與物，才有AI便不同」。可見人工智慧可應用到食衣住行育樂、各行各業各角落，成就智慧音箱、智慧家電、智慧住宅、智慧生產、智慧行銷、智慧運送、智慧倉儲、智慧支付等等。從A排到I的新科技(AI、Big Data、Cloud、3D、E sport、Fintech、5G、HPU、I phone)匯流、串流交織成新經濟，帶來新機會及新挑戰。新興科技對傳銷有很大的挑戰，但也是很好的機會，過往認為科幻的，之後卻成為科學、科技、人們的標準配備，最後甚至成為歷史，因此呼籲傳銷產業對新興科技的來臨要做好準備。

(二) 機會與壓力

這是一個機會與威脅並存的時代，走得出去，世界就在眼前，走不出去，眼前就是世界，因此，多層次傳銷產業要立足臺灣、放眼全球，相信蝴蝶效應，將競爭壓力當做鯨魚效應。

機會	壓力
高齡、超高齡、銀色商機	黥面產業
南向商機	業績高原
非(洲)進不可	產品集中
O2O 社群	電子商務
斜桿經濟	其他
年金改革	※適度之壓力為進步之助力

二、法規面—修法研議

- (一)傳銷事業之成立主義
- (二)傳銷事業之最低資本額(實收資本額)
- (三)傳銷事業之繳納保證金
- (四)參加契約電子化
- (五)代償之後可否不求償
- (六)代付訴訟費及律師費可否不請求返還
- (七)民事爭議處理機制之輔導與評鑑
- (八)檢舉獎金
- (九)業必歸會
- (十)如何增加傳保會之任務
- (十一)如何使保護基金發揮功能
- (十二)其他

肆、結語

綜合上述，多層次傳銷產業的發展重點，在於保護合法、取締非法，形成正本清源的產業自律，更有助於產業提升。「人必自重而後人重之」³，傳銷產業應重視商德約款(WFDSA)、

³ “Men are respectable only as they respect” —Ralph Waldo Emerson(1803-1882).

ESP（環境保護、社會責任、公司治理）、社會企業責任，力求同時賺得財富與信任，贏得榮耀與尊嚴。值得注意的，在這個新科技與新經濟的時代，各種新商品與新市場均創造許多新機會與新挑戰，舊思維解決不了新時代的問題，希望傳銷商、傳銷事業、多層次傳銷相關單位能一起往

前走，相信在大家的團結之下，可以走出璀璨的道路。

（本文係講座民國108年8月30日於公平會發表之演講內容，經政治大學經濟學研究所楊宗霖摘要整理並經講座審訂）

